


Identifying and Ranking the factors of Student Choices for Universities and Academic Disciplines with the Most and Least Applicants Across Five Experimental Cohorts in National Entrance exams from 2017 to 2022

Maryam. Hosseini Largani^{1*} 

¹ Associate Professor, Department of Educational and Curriculum Innovation, Institute for Research and Planning in Higher Education, Tehran, Iran

* Corresponding author email address m.hosseini@irphe.ac.ir

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Hosseini Largani, M. (2025). Identifying and Ranking the factors of Student Choices for Universities and Academic Disciplines with the Most and Least Applicants Across Five Experimental Cohorts in National Entrance exams from 2017 to 2022. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 31(3), 123-141.



© 2025 the authors. Published by Institute for Research and Planning in Higher Education (IRPHE), Tehran, Iran. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) License.

ABSTRACT

The present study aimed to identify and prioritize the factors that influence candidates' preferences when selecting universities and academic fields, focusing on those with the highest and lowest preferences across five experimental groups during the national entrance exams from 2018 to 2022. A descriptive-survey approach was utilized to meet the study's goals. The population of this study encompassed all students enrolled in various disciplines within these five groups over the specified years. A sample of 646 students was conveniently chosen for participation. To gather data, a custom-designed questionnaire with 22 questions was used. The data was analyzed using descriptive statistics (mean, standard deviation) and inferential statistics (one-sample t-test, Friedman test and Mann-Whitney U test) through SPSS 26 software. Analysis revealed that students in highly preferred universities and fields prioritized factors in the following order: 1- labor market, 2- University branding, 3- University's geographical location, 4- Educational quality, 5- Facilities and student services, 6- Psycho-social influences. Conversely, students in less preferred universities and fields ranked these factors as follows: 1- labor market, 2- University's geographical location, 3- Student welfare facilities and services, 4- Psycho-social influences, 5- University branding, 6- Educational quality. Additionally, significant difference was observed among five factors between the two groups ($p < 0.001$).

Keywords: Higher education, National entrance exams, Popular fields of study, Less popular fields of study, Popular universities, Less popular universities.



شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر اقبال و عدم اقبال داوطلبان به دانشگاه‌ها و رشته‌های تحصیلی در آزمون‌های سراسری سال ۱۳۹۷-۱۴۰۱

سیده مریم حسینی لرگانی^{۱*}

۱. دانشیار، گروه نوآوری آموزشی و درسی، مؤسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی، تهران، ایران

*ایمیل نویسنده مسئول: m.hosseini@irphe.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله

پژوهشی اصلی

نحوه استناد به این مقاله:

حسینی لرگانی، سیده مریم. (۱۴۰۴). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر اقبال و عدم اقبال داوطلبان به دانشگاه‌ها و رشته‌های تحصیلی در آزمون‌های سراسری سال ۱۴۰۱-۱۳۹۷. *فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی*، ۳۱(۳)، ۱۴۱-۱۲۳.



© ۱۴۰۴ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY 4.0) صورت گرفته است.

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر اقبال و عدم اقبال داوطلبان به دانشگاه‌ها و رشته‌های تحصیلی با بیشترین و کمترین متقاضی در گروه‌های آزمایشی پنج‌گانه در آزمون‌های سراسری سال ۱۳۹۷-۱۴۰۱ انجام شد. برای دستیابی به هدف پژوهش از روش پژوهش توصیفی-پیمایشی استفاده شد. جامعه آماری شامل همه دانشجویان مشغول به تحصیل در رشته -دانشگاه‌های مربوط به گروه‌های آزمایشی پنج‌گانه طی سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱ بود که ۶۴۶ نفر از آن‌ها به روش نمونه‌گیری در دسترس بررسی و عوامل مؤثر بر اقبال و عدم اقبال داوطلبان به دانشگاه‌ها و رشته‌های تحصیلی با بیشترین و کمترین متقاضی در گروه‌های آزمایشی ۵گانه در آزمون‌های سراسری سال‌های ۱۳۹۷-۱۴۰۱ شناسایی شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه محقق‌ساخته با ۲۲ گویه طراحی شد. برای تحلیل داده‌ها از آماره‌های توصیفی (میانگین، انحراف استاندارد) و استنباطی (آزمون تی تک نمونه‌ای، فریدمن و یومن ویتنی)، با استفاده از نرم‌افزار SPSS26 استفاده شد. بر اساس تحلیل صورت گرفته از نظر دانشجویان در حال تحصیل در رشته -دانشگاه‌های با بیشترین اقبال به ترتیب عوامل ۱- ارتباط با بازار کار، ۲- برند دانشگاه، ۳- موقعیت جغرافیایی دانشگاه، ۴- کیفیت تحصیلی، ۵- امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی، ۶- عوامل روانی-اجتماعی و از نظر دانشجویان در حال تحصیل در رشته -دانشگاه‌های با کمترین اقبال به ترتیب عوامل ۱- ارتباط با بازار کار، ۲- موقعیت جغرافیایی دانشگاه، ۳- امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی -رفاهی، ۴- عوامل روانی-اجتماعی، ۵- برند دانشگاه و ۶- کیفیت تحصیلی بیشترین تا کمترین رتبه را به‌عنوان عوامل مؤثر بر انتخاب رشته و دانشگاه داشته‌اند. به‌علاوه، میان عوامل پنج‌گانه بین دو گروه تفاوت معناداری مشاهده شد.

کلیدواژگان: آموزش عالی، آزمون سراسری سازمان سنجش، رشته‌های پر اقبال، رشته‌های کم اقبال، دانشگاه‌های پر اقبال، دانشگاه‌های کم اقبال.

مقدمه

ساختار آموزشی کشور به عنوان مهم ترین بخش در تعیین جهت گیری های آتی و پرورش نسل های آینده، نقش بسزایی در جامعه ایفا می کند (Rezapour Mirsaleh et al., 2017). این نهاد مسئولیت تربیت شهروندانی کارآمد و مسئول را بر عهده دارد که در زندگی فردی و اجتماعی خود مؤثر واقع شوند (Sharifi et al., 2020). برای دستیابی به این هدف، لازم است تا از طریق برنامه ریزی ها و فعالیت های متنوع، زمینه ساز رشد فراگیر دانش آموزان شد. همچنین پرداختن به تفاوت های فردی دانش آموزان و درک اینکه چگونه علایق و توانمندی های مختلف می تواند هر فرد را در حوزه ای خاص به موفقیت برساند، از اهمیت ویژه ای برخوردار است. در این خصوص، یک نظام آموزشی کارآمد باید به کشف و شناسایی علایق، توانایی ها و استعداد های دانش آموزان پرداخته و با درک دقیق نقاط قوت و ضعف آن ها، آنان را به سمت مسیر های مناسب هدایت کند (Tajari & Javan Neshan, 2020). از سویی، یکی از مهم ترین تصمیماتی که مسیر شغلی و آینده افراد را تعیین می کند، انتخاب رشته دانشگاهی است (Enayati Novinfar et al., 2023). در این فرایند، تصمیم گیری بر پایه عوامل مختلفی چون شرایط محیطی، فرهنگی و منابع موجود صورت می گیرد که می توانند بر رفتار تحصیلی دانش آموزان تأثیر بگذارند (Shtudiner et al., 2017). دانش آموزان به دلایل متفاوتی به سمت رشته های گوناگون گرایش پیدا می کنند. برخی بر اساس علاقه شخصی خود به رشته های جذاب روی می آورند (Mullen, 2014). در حالی که برخی دیگر به دنبال منافع اقتصادی هستند و رشته هایی را انتخاب می کنند که امکان افزایش درآمد را به آن ها می دهد. همچنین عده ای خواستار انتخاب رشته هایی هستند که توانایی ایجاد تغییرات مثبت در جهان را داشته باشند و برخی دیگر به دنبال رشته ای با تمام ویژگی های مطلوب هستند (Quadlin, 2020). اما بر اساس پژوهش های صورت گرفته مهم ترین عامل مؤثر بر انتخاب رشته تحصیلی علاقه و استعداد دانش آموزان است (Zhang et al., 2021). از سوی دیگر، رقابت شدید برای ورود به دانشگاه به منظور کسب تحصیلات عالی باعث شده است که افراد از طبقات گوناگون جامعه و با انگیزه های مختلف و گاهی بدون شناخت کافی، آگاهی و علاقه نسبت به رشته انتخابی وارد رشته مختلف آموزشی شوند و این امر باعث صرف هزینه اتلاف وقت این قبیل افراد می شود و نتیجه لازم را نیز به بار نمی آورد. بی توجهی به این مسئله باعث شده است که تعدادی از دانشجویان علی رغم وقت، هزینه و تلاشی که در انتخاب رشته داشته اند، سرانجام ناگزیر به تغییر رشته شوند. طبق بیشتر مطالعات، فرایند انتخاب رشته و دانشگاه بر اساس چهار مدل توضیح داده شده است: مدل های اقتصادی^۱، مدل های جامعه شناختی^۲، مدل های ترکیبی^۳ و رویکرد بازاریابی^۴. مدل های اقتصادی که بر اساس تحلیل هزینه-فایده شکل می گیرند، تصمیم گیری در خصوص ثبت نام در رشته و دانشگاه خاصی را هدایت می کنند. این دسته از مدل ها بر انتخاب بین ادامه تحصیل در دانشگاه و پیگیری گزینه های غیردانشگاهی تأکید دارند. در این رویکرد فرض می شود که متقاضیان تحصیل دانشگاهی رشته و دانشگاهی را که بیشترین فایده خالص مورد انتظار را دارد، انتخاب کنند. مهم ترین مدل اقتصادی انتخاب دانشگاه مدلی است که در سال ۱۹۸۲ جکسون^۵ آن را معرفی کرده است. این مدل شامل سه مرحله در فرایند تصمیم گیری دانشجو برای انتخاب دانشگاه است: مرحله ترجیح، مرحله حذف و مرحله ارزیابی. در مرحله ترجیح، عواملی مانند وضعیت تحصیلی، تاریخچه خانوادگی و فضای اجتماعی (مانند تأثیر هم سالان، محل زندگی و مدرسه) بر اهداف آموزشی و نگرش دانشجو به ورود به دانشگاه تأثیر می گذارند. در مرحله حذف، دانشجو برخی دانشگاه ها را از فهرست خود کنار می گذارد. مؤسسات آموزش عالی ممکن است بر اساس معیارهای مختلفی مانند هزینه های شهریه، موقعیت جغرافیایی و استانداردهای آکادمیک حذف شوند. در

1 Economic models

2 Sociological models

3 Combined models

4 Marketing approach

5 Jackson

نهایت، در مرحله ارزیابی، متقاضی تحصیلی دانشگاهی دانشگاه‌های مختلف را بر اساس معیارهای خود بررسی و دانشگاه مطلوب را برای ادامه تحصیل انتخاب می‌کند. رویکردهای جامعه‌شناختی نیز بر تأثیر سرمایه فرهنگی و اجتماعی از جمله زمینه اقتصادی و اجتماعی، پیش‌بینی‌ها و دستاوردهای تحصیلی متقاضیان تحصیل دانشگاهی در انتخاب رشته و دانشگاه تأکید دارند (Perna, 2006). محدودیت مدل‌های جامعه‌شناختی این است که فقط بر عوامل اجتماعی به‌عنوان مهم‌ترین عوامل مؤثر بر انتخاب رشته و دانشگاه تمرکز می‌کنند. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که این مدل‌ها بر سه متغیر اصلی تمرکز دارند: تشویق والدین، تأثیر افراد مهم دیگر و عملکرد تحصیلی (Hossler et al., 1989). رویکرد جامعه‌شناسی انتخاب دانشگاه بر فرایندهای اجتماعی شدن، شرایط تحصیلی، نقش خانواده و شبکه‌های اجتماعی تأکید دارد. این رویکرد فرض می‌کند که تصمیم‌گیری متقاضیان تحصیل دانشگاهی و خانواده‌هایشان در انتخاب رشته و دانشگاه لزوماً بر اساس منطق نیست. یکی از مهم‌ترین مدل‌های جامعه‌شناختی، مدلی است که چاپمن^۱ آن را در سال ۱۹۸۱ ارائه کرده است. این مدل به ویژگی‌های نگاه آینده‌نگر خانواده متقاضیان تحصیل دانشگاهی و همچنین ویژگی‌هایی از دانشگاه مانند شهریه، مکان و وجود برنامه‌های آموزشی مد نظر توجه دارد. همچنین وی تأثیر افرادی مانند مشاوران مدرسه، معلمان، دوستان و والدین را بر تصمیم‌گیری‌های متقاضیان تحصیل دانشگاهی در انتخاب رشته و دانشگاه مهم می‌داند. مدل‌های ترکیبی که در سال ۲۰۰۶ توسط هلدزورث و نیند^۲ توسعه یافته است، مجموعه‌ای از متغیرها را شناسایی می‌کنند که بر تصمیم متقاضیان تحصیل دانشگاهی درباره انتخاب رشته و دانشگاه تأثیر می‌گذارند. این متغیرها شامل هزینه تحصیلی، نزدیکی جغرافیایی به خانه، کیفیت و تنوع رشته‌ها و مقاطع تحصیلی، قابلیت اقامت و احتمال استخدام توسط کارفرمایان از دانشگاه مربوط هستند. این رویکردها از شاخص‌هایی استفاده می‌کنند که در فرایند تصمیم‌گیری انتخاب دانشگاه توسط متقاضیان تحصیل دانشگاهی نسبت به مدل‌های اقتصادی و اجتماعی قدرت بیشتری دارند. مدل سه مرحله‌ای هاسلر و گالاگر (۱۹۸۷) بر سه مرحله تمایل، جست‌وجو و انتخاب تأکید می‌کند. مرحله تمایل مرحله اول است که در آن متقاضیان تحصیل دانشگاهی تصمیم می‌گیرند که آیا به تحصیل خود ادامه دهند یا خیر؟ مرحله جست‌وجو زمانی است که متقاضیان تحصیل دانشگاهی اطلاعاتی درباره دانشگاه‌ها جمع‌آوری می‌کنند. آخرین مرحله، مرحله انتخاب است که در آن متقاضیان تحصیل دانشگاهی دانشگاهی را برای ثبت‌نام انتخاب می‌کنند. در مدل بازاریابی برنامه‌های تحصیلی که کوتلر و فاکس^۳ (۱۹۹۵) ارائه کرده‌اند، هفت عنصر شامل موقعیت جغرافیایی، شهریه، تبلیغات، تسهیلات فیزیکی، کارکنان و فرایند مد نظر قرار گرفته‌اند. این مدل با قیاس رفتار مصرف‌کننده توضیح می‌دهد که چگونه افراد یا گروه‌ها کالاها و خدمات را انتخاب، تهیه و استفاده می‌کنند. بر اساس این رویکرد، انتخاب یک دانشگاه توسط متقاضیان تحصیل دانشگاهی طی پنج مرحله انجام می‌شود: شناسایی نیازها و انگیزه‌ها، جمع‌آوری اطلاعات، ارزیابی گزینه‌ها، تصمیم‌گیری و ارزیابی پس از انتخاب. این دیدگاه ادعا می‌کند که برای درک مدل‌های فرایند انتخاب دانشگاه باید رویکرد بازاریابی را مد نظر قرار دهیم. این رویکرد به‌طور مستقیم به مفاهیم جامعه‌شناختی و اقتصادسنجی اشاره نمی‌کند. با این حال، در مدل‌های انتخاب مصرف‌کننده، تأثیرات به دو دسته داخلی و خارجی تقسیم می‌شوند. تأثیرات داخلی شامل ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی، شخصی و روانی است، در حالی که تأثیرات خارجی به تحریک‌های اجتماعی، فرهنگی، محصول و قیمت مربوط می‌شود. همچنین تلاش‌های ارتباطی ارائه‌دهنده نیز در این فرایند نقش دارند (Obermeit, 2012). بنابراین، مدل‌های رفتار مصرف‌کننده می‌توانند در رویکرد بازاریابی برای فرایند انتخاب دانشگاه استفاده شوند. فناوری‌های ارتباطی و ویژگی‌های وب‌سایت‌ها، به همراه استفاده از کاتالوگ‌ها، می‌توانند به‌عنوان ابزارهای مؤثر برای کمک به متقاضیان تحصیل دانشگاهی در این انتخاب در نظر گرفته شوند. یاماموتو^۴ (۲۰۰۶) اشاره می‌کند که

¹ Chapman

² Holdsworth, & Nind

³ Kotler and Fox

⁴ Yamamoto

بروشورها، پوسترها، جلسات، حامیان، تابلوها، صفحات وب و تبلیغات تلویزیونی و روزنامه‌ای معمولاً به‌عنوان ابزارهای ارتباطی برای کمک به متقاضیان تحصیل دانشگاهی در انتخاب دانشگاه استفاده می‌شوند. تعدادی از پژوهش‌های داخلی و خارجی به شناسایی عوامل مؤثر بر انتخاب رشته تحصیلی در دانشگاه پرداخته‌اند که در ادامه بررسی شده است. منتی و محمدی (Mennati & Mohammadi, 2022) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر در انتخاب رشته دانشجویان جدیدالورود رشته حسابداری در ایران پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که آبرومندی، امکان ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر، استقلال، شهرت دانشگاه، عضویت حرفه‌ای، آرمان‌گرا بودن، پیشرفت شغلی آتی، دانش قبلی حسابداری، اعتبار و موقعیت اجتماعی و چشم‌انداز خوب و فرصت‌های شغلی به‌عنوان ۱۰ شاخص برتر انتخاب رشته حسابداری از نگاه شرکت‌کنندگان در این پژوهش انتخاب شده است. محمدی، فلاحی خوشکناب، راهگوی و حسینی (Mohammadi et al., 2019) در مطالعه‌ای نشان دادند بیشترین عامل تأثیرگذار بر انتخاب گرایش تحصیلی مربوط به عوامل فردی، عوامل حرفه‌ای، عوامل محیطی - اجتماعی، عوامل فرهنگی و عوامل خانواده و دوستان بوده است. سلمانی و صائی (Salmani & Saemi, 2018) به نقش راهنمایان و مشاوران، اولیای دانش‌آموزان، علایق و انگیزه‌های دانش‌آموزان، همسالان و دوستان و وسایل ارتباط جمعی بر هدایت تحصیلی و انتخاب رشته دانش‌آموزان پایه نهم تأکید کردند. بر اساس نتیجه مطالعه مظلومیان و اقتصادی (Mazlounian & Eghtesadi, 2017) موقعیت و خصوصیات فردی، وضعیت اقتصادی، توان علمی، وضعیت اجتماعی، محل دانشگاه و تبلیغات بیشترین تأثیر را در تصمیم‌گیری رشته تحصیلی دانش‌آموزان در کشورهای مختلف دارد. شفیع‌آبادی (۱۳۹۶) معتقد است که بسیاری از دانش‌آموزان در دنباله‌روی از گروه همسالان خود بدون هیچ آگاهی از یک رشته تحصیلی وارد آن می‌شوند و بعد از گذشت چند سال درمی‌یابند که هیچ علاقه یا استعدادی در آن رشته ندارند. بنابراین، علاقه شخصی را نیز می‌توان یکی دیگر از عوامل مؤثر بر انتخاب رشته تحصیلی قلمداد کرد. تاج روشن و ظروفی (Taj Roshan & Zuroofi, 2015) در پژوهشی به بررسی رابطه عوامل اجتماعی و فرهنگی با معیارهای انتخاب رشته تحصیلی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که بین میزان مدرک‌گرایی با معیار درآمد و بازار کار انتخاب رشته تحصیلی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. همچنین بین میزان تشویق دیگران و سرمایه فرهنگی با معیار علاقه شخصی، پرستیژ اجتماعی، درآمد و بازار کار انتخاب رشته تحصیلی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. لین، هوا، آنه (۲۰۱۵) چهار گروه از عوامل را در انتخاب دانشگاه را، که در بیشتر پژوهش‌ها به آنها اشاره شده است، پیشنهاد دادند. این عوامل عبارت‌اند از: ویژگی‌های شخصی دانشجو، ویژگی‌های دانشگاه، تأثیر افراد دیگر و تلاش ارتباطی دانشگاه. نخست آنکه علاقه، توانایی و وضعیت اجتماعی شخصی دانشجویان بر تصمیمات آن‌ها تأثیر چشمگیری دارد. سپس، شهرت و اعتبار آکادمیک یک دانشگاه به همراه وجود رشته‌های با کیفیت و بازارپسند که به نیازها و علاقه‌های دانشجویان پاسخ می‌دهند، در انتخابات آن‌ها نقش مهمی دارند. سوم آنکه تأثیر افراد مهم، پدر و مادر به دلایل مختلف، به‌ویژه حمایت مالی، در رتبه اول است. هم‌سالان، خویشاوندان و معلمان نیز افراد مهم دیگری هستند که بر تصمیمات دانشجویان در انتخاب دانشگاه تأثیر دارند. در آخر، تلاش دانشگاه برای اطلاع‌رسانی و جذب دانشجویان آینده در کانال‌های مختلف (مانند وبسایت دانشگاه، بروشور، بازدید از فضای دانشگاه و مشاوره از مشاور دانشگاه) بر انتخاب دانشجویان تأثیر بسیاری دارد. آداموتی و سوییت (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای دریافتند که الگوهای انتخاب رشته ریاضی و علوم با قومیت و پیشینه خانوادگی مرتبط است. بنابراین، عامل خانواده اثر چشمگیری در تصمیم‌گیری‌های شغلی دارد و انتظارات شغلی پدر و مادر و نوجوانان و تجانس شغلی پدر و مادر در آرمان‌ها و اقدامات شغلی نوجوانان نقش مهمی دارد. از سوی دیگر، افراد آگاهی که در زمینه‌های آموزشی یا شغلی نقش مرجع دارند، از جمله منابع مهمی هستند که دانش‌آموزان برای انتخاب رشته خود می‌توانند به آن‌ها مراجعه کنند. کورت (Taj Roshan & Zuroofi, 2015) در پژوهش خود گزارش داد که حضور در دانشگاه و رشته مد نظر فقط برای دانشجویان ایده‌آلیست عامل مهمی است. او همچنین نتیجه‌گیری کرد که اعضای خانواده، شهری که دانشگاه در آن قرار دارد و نمره آزمون ورودی دانشگاه عوامل مهمی هستند که بر تصمیمات دانشجویان تأثیر می‌گذارد. اکتای (۲۰۱۲) نشان داد که



اعتبار و شهرت آکادمیک دانشگاه‌ها عامل مهمی در تصمیم‌گیری دانشجویان برای انتخاب دانشگاه است. براساس نتایج همین مطالعه، محل دانشگاه در رتبه دوم اهمیت قرار دارد. بر اساس نتایج این پژوهش دانشجویان تمایل دارند تا دانشگاه‌هایی را انتخاب کنند که نزدیک خانواده‌شان باشند. همچنین مشخص شد که تصمیمات دانشجویان تحت تأثیر منابع مختلفی مانند وب‌سایت دانشگاه، اعضای خانواده، هم‌سالان و معلمان قرار می‌گیرد. در همین خصوص آمگا (۲۰۱۱) نیز در پژوهش خود چهار عامل مختلف را برای انتخاب دانشگاه توسط دانشجویان پیشنهاد داد: امکان استخدام پس از فارغ‌التحصیلی، درجه فارغ‌التحصیلی، شهری که دانشگاه در آن قرار دارد و شرایط زندگی در آن شهر. از این رو، پس از بیان نتایج تعدادی از پژوهش‌های صورت گرفته در این نوشتار درباره شناسایی عوامل مؤثر بر انتخاب رشته تحصیلی در دانشگاه، باید اشاره کرد که امروزه، سیاست‌نمایی حاکمیت توزیع متوازن استعدادها در رشته‌های مختلف است، اما با توجه به این تأکید پیشرفت‌چندانی در خصوص این متوازن‌سازی برای به رشته‌های علوم پایه و انسانی نداشتیم و توزیع متوازن استعدادها در این رشته‌ها اتفاق نیفتاده است. بنابراین، لازم است هدایت تحصیلی درستی در مراکز آموزشی ما به‌ویژه در مدارس متوسطه اول قبل از انتخاب رشته تحصیلی در زمان مؤثر صورت بگیرد تا جایگاه علمی کشور آسیب نبیند، چرا که در حال حاضر، داوطلبان بر اساس عشق و علاقه رشته مد نظر خود را در ورود به دانشگاه‌ها انتخاب نمی‌کنند، بلکه انتخاب رشته بر اساس شغل آینده صورت می‌گیرد که این نوع نگاه، نوعی ظلم به علم است. در سال‌های اخیر، یکی از چالش‌های نظام آموزشی و بهداشتی ایران، صف‌های طولانی و تقاضای بسیار بالا برای شرکت در کنکور تجربی، به‌ویژه رشته پزشکی بوده است. هر ساله هزاران دانش‌آموز با امید ورود به رشته‌های پرطرفداری چون پزشکی، دندانپزشکی و داروسازی به رقابت می‌پردازند. گرایش عجیب به رشته تجربی و کاهش گرایش به رشته‌های پایه‌ای همچون ریاضی دلایل و زیربنای فرهنگی و اقتصادی دارد. در کشورهای توسعه‌یافته، نخبه‌ترین افراد در رشته‌های علوم انسانی به‌طور خاص در رشته‌های اقتصاد و حقوق تحصیل می‌کنند تا بتوانند مدیریت کلان جامعه را به دست بگیرند و در رشته‌های دیگر به پذیرش مهاجر و نخبگان از کشورهای دیگر اقدام می‌کنند، اما این اقدام در کشور ما دقیقاً برعکس است و ما هر سال شاهد توجه کمتر به رشته‌های علوم انسانی و ریاضی هستیم. چنانچه علوم پایه تضعیف شود، کل فرایند توسعه و علم در کشور تضعیف خواهد شد (Zolfi Gol, 2024). از آنجا که در این عصر یکی از مهم‌ترین مسائل آموزشی - پرورشی این است که جوانان متناسب با علایق و استعدادهای خود برای انتخاب رشته تحصیلی و حرفه بر اساس برنامه توسعه و نیازهای کشور راهنمایی شوند و با توجه به مشکلات شناسایی‌شده در خصوص توزیع نامتوازن شرکت‌کنندگان در گروه‌های آزمایشی، یافته‌های این پژوهش می‌تواند پایه‌ای را برای شناسایی انگیزه‌های افراد در انتخاب شان مشخص سازد. یافته‌های این پژوهش همچنین می‌تواند برای دست‌اندرکاران و تصمیم‌گیران حوزه آموزش و سنجش کشور در خصوص اصلاح فرایند هدایت تحصیلی دانش‌آموزان و هدایت آن‌ها به سمت رشته‌های مهمی در جامعه که تقاضای کمتری برای آن‌ها در دانشگاه وجود دارد، ثمربخش واقع شود. همچنین این پژوهش می‌تواند در برنامه‌ریزی‌ها و پژوهش‌های آتی برای پیشگیری از گسترش و توسعه رشته‌های کمتر مورد تقاضا که در عین حال ضرورتی با توجه به نیازهای کشور برای آنان وجود ندارد، کاهش هزینه‌های مالی دولت و جلوگیری از هدررفت سرمایه ملی در خصوص رشته‌های کمتر مورد تقاضا و غیرضروری، برنامه‌ریزی در خصوص بازار کار فارغ‌التحصیلان، برآورد میزان تقاضا و سرمایه‌گذاری در توسعه رشته‌های پرتقاضای مورد نیاز جامعه و برنامه‌ریزی در خصوص میزان عرضه مورد نیاز در سال‌های آتی استفاده شود. همچنین شناخت عامل‌های مؤثر بر انتخاب رشته دانشگاهی و به دنبال آن انتخاب شغل می‌تواند این امکان را برای تصمیم‌گیران آموزش عالی کشور فراهم سازد تا این عامل‌ها را در سیاست‌گذاری‌های آموزش عالی از جمله جذب دانشجو در رشته‌های مهم و در عین حال با اقبال کمتر مورد توجه قرار دهند.

بر اساس موارد یادشده مهم‌ترین سؤالاتی که این مطالعه در پی پاسخگویی به آن است عبارت‌اند از:



- ۱- عوامل و اولویت عوامل مؤثر بر اقبال داوطلبان به دانشگاه‌ها و رشته‌های تحصیلی با بیشترین متقاضی در گروه‌های آزمایشی ۵ گانه در آزمون‌های سراسری سال (۱۴۰۱-۱۳۹۷) چیست؟
- ۲- عوامل و اولویت عوامل مؤثر بر اقبال داوطلبان به دانشگاه‌ها و رشته‌های تحصیلی با کمترین متقاضی در گروه‌های آزمایشی ۵ گانه در آزمون‌های سراسری سال (۱۴۰۱-۱۳۹۷) چیست؟
- ۳- آیا بین عوامل مؤثر بر انتخاب رشته/دانشگاه در گروه‌های آزمایشی ۵ گانه در آزمون‌های سراسری سال ۱۴۰۱-۱۳۹۷ در بین دانشجویان در حال تحصیل در رشته/دانشگاه‌های با بیشترین و کمترین متقاضی تفاوت معناداری وجود دارد؟

روش پژوهش

مطالعه حاضر یک مطالعه توصیفی-پیمایشی است، بدین دلیل که متغیرهای مستقل تأثیرشان را در گذشته بر روی متغیر وابسته گذاشته‌اند و هیچ‌گونه تغییری توسط محقق بر روی آن‌ها میسر نیست. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه پذیرفته‌شدگان در یکی از رشته‌های گروه‌های آزمایشی ۵ گانه در آزمون‌های سراسری سال ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱ بود. با توجه به محاسبات انجام شده بر اساس فرمول کوکران، حجم نمونه مورد نیاز برای این مطالعه ۳۸۴ نفر تعیین شد. به منظور اطمینان از عدم ریزش پاسخ‌ها و افزایش قابلیت اعتماد نتایج، تعداد ۶۴۰ دانشجو در حال تحصیل در رشته دانشگاه‌های پراقبال و کم‌اقبال^۱ (مطابق با جداول ۱ و ۲) به‌عنوان نمونه مورد نظر خواهی قرار گرفتند (گفتنی است به منظور تعیین رشته و دانشگاه‌های پراقبال و کم‌اقبال میانگین تعداد افراد قبولی در هر رشته و دانشگاه بر اساس رتبه‌های زیر ۱۰۰، زیر ۲۰۰، زیر ۵۰۰، زیر ۱۰۰۰، زیر ۵۰۰۰، ۱۰۰۰۰ و زیر ۳۰۰۰۰ با توجه به نوع گروه آزمایشی مورد بررسی، محاسبه شده و ملاک تعیین رشته و دانشگاه بیشتر و کمتر مورد اقبال از دید دانشجویان قرار گرفته است. شایان ذکر است که در تمام رشته‌ها و دانشگاه‌های پرمتقاضی بجز سه دانشگاه شیراز، مشهد و نوشیروان بابل همگی در تهران واقع شده است (خوانندگان می‌توانند برای اطلاعات بیشتر به طرح پژوهشی که در مقاله پانویس شده است، مراجعه کنند). روش نمونه‌گیری در این پژوهش نمونه‌گیری در دسترس بود. معیارهای ورود به مطالعه شامل تمایل به شرکت در پژوهش، دانشجوی پذیرفته شده در دانشگاه طی سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱ و مشغول به تحصیل در یکی از رشته/گرایش‌های گروه‌های آزمایشی ۵ گانه بود. معیارهای خروج شامل تکمیل ناقص پرسشنامه و انصراف از ادامه همکاری بود. ابزار گردآوری داده‌ها شامل دو پرسشنامه محقق ساخته بود. پرسشنامه اول شامل مشخصات جمعیت‌شناختی واحدهای مورد پژوهش که سن، جنسیت، وضعیت تأهل، مذهب، دانشگاه محل تحصیل، رشته و گرایش تحصیلی، سال ورود به دانشگاه، اولویت‌های انتخاب، شغل فعلی و تحصیلات والدین بود. پرسشنامه دوم پرسشنامه محقق ساخته ۲۲ سؤالی "شناسایی عوامل مؤثر بر اقبال داوطلبان به دانشگاه‌ها و رشته‌های تحصیلی با بیشترین و کمترین متقاضی در گروه‌های آزمایشی ۵ گانه در آزمون‌های سراسری سال ۱۴۰۱-۱۳۹۷" متشکل از عامل شهرت (۴ سؤال)، عامل امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی-رفاهی (۴ سؤال)، عامل کیفیت تحصیلی (۴ سؤال)، عامل موقعیت جغرافیایی دانشگاه (۳ سؤال)، عامل ارتباط با بازار کار (۳ سؤال) و عوامل روانی اجتماعی (۴ سؤال) بود. طراحی پرسشنامه، بعد از مطالعه مقالات داخلی و خارجی مرتبط با موضوع پژوهش و استخراج مؤلفه‌های اصلی پژوهش در راستای مسئله مطرح شده و اهداف و متغیرهای فردی، محیطی، اجتماعی، خانوادگی و فرهنگی، متناسب با جامعه آماری انجام شد. این پرسشنامه شامل ۲۲ سؤال بود که بر اساس معیار لیکرت به صورت خیلی کم (نمره ۱)، کم (نمره ۲)، متوسط (نمره ۳)، زیاد (نمره ۴) و خیلی زیاد (نمره ۵) ارزش‌گذاری شد. حاصل جمع سؤالات ارائه شده در هر بخش، نمره فرد در هر عامل را مشخص ساخت. دامنه امتیاز

^۱ دسته بندی رشته و دانشگاه‌های کم‌اقبال و پراقبال بر اساس نتایج طرح پژوهشی با عنوان "واکوی عرضه و تقاضای آموزش عالی: با تاکید بر مهم‌ترین عوامل اقبال و عدم اقبال داوطلبان به تفکیک رشته و دانشگاه" در سال ۱۴۰۲ در موسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی انجام شده است.



نمرات بین ۲۲ تا ۱۱۰ بود که دامنه نمرات برای حیطه‌هایی عامل شهرت (۴ تا ۲۰ امتیاز)، عامل امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی -رفاهی (۴ تا ۲۰ امتیاز)، عامل کیفیت تحصیلی (۴ تا ۲۰ امتیاز)، عامل موقعیت جغرافیایی دانشگاه (۳ تا ۱۵ امتیاز)، عامل ارتباط با بازار کار (۳ تا ۱۵ امتیاز) و عوامل روانی اجتماعی (۴ تا ۲۰ امتیاز) بود. برای بررسی اعتبار، پرسشنامه در اختیار ۱۰ نفر از متخصصان و خبرگان آموزش عالی قرار گرفت و نظرهای ایشان درباره روایی صوری و محتوایی اعمال شد. براساس دیدگاه‌های متخصصان، پرسشنامه نهایی تهیه شد. با توجه به نتایج پاسخ‌دهندگان و پس از اعمال تغییرات و اصلاحات پیشنهادی، روایی صوری پرسشنامه تأیید شد. روایی محتوایی پرسشنامه را به صورت کیفی ۹ نفر از متخصصان و خبرگان آموزش عالی تأیید کردند. همچنین به منظور ارزیابی روایی محتوایی آزمون به صورت کمی، از روش نسبت روایی محتوا^۱ استفاده شد. روال کار بدین صورت بود که از ۹ نفر از متخصصان و خبرگان آموزش عالی خواسته شد تا هر یک از سؤالات پرسشنامه را بر اساس طیف سه بخشی لیکرت شامل: الف- ضروری، ب- مفید اما غیر ضروری و ج- غیر ضروری طبقه‌بندی کنند. پس از دریافت نظرهای کارشناسان، با استفاده از فرمول $CVR = (N_e - N_2) / (N_2)$ و جدول لوشه، پرسش‌هایی که نسبت روایی محتوای بالاتر از ۰/۷۸ داشتند، در پرسشنامه حفظ و بقیه حذف شدند. نتایج نشان داد که تمام سؤالات نسبت روایی محتوایی بالاتر از ۰/۷۸ دارند. همچنین شاخص کلی نسبت روایی محتوایی نیز ۰/۸۴ محاسبه شد که نشان‌دهنده روایی محتوای مطلوب پرسشنامه است. برای تعیین پایایی پرسشنامه پژوهش از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. بدین منظور پرسشنامه در اختیار ۲۰ نفر از دانشجویان جامعه پژوهش قرار گرفت و داده‌ها پس از تکمیل وارد نرم‌افزار آماری شد که میزان آلفای کرونباخ $\alpha = 0,92$ به دست آمد. پس از کسب مجوز از دانشگاه‌های مربوط و اخذ رضایت آگاهانه از دانشجویان، پرسشنامه توسط آنان تکمیل شد. ضمن معرفی پژوهشگر به دانشجویان، هدف از اجرای پژوهش برای آنان تشریح و یادآوری شد که ذکر نام و نام خانوادگی الزم نیست و اطلاعات آنان محرمانه خواهند ماند. همچنین ذکر شد که شرکت در پژوهش کاملاً اختیاری است و بر روند ارزشیابی آنان تأثیری نخواهد داشت. داده‌ها پس از جمع‌آوری وارد نرم‌افزار SPSS 25 شدند و با استفاده از آمار توصیفی، محاسبه فراوانی، درصد فراوانی، میانگین و انحراف معیار (و آمار استنباطی)، آزمون‌های آماری اسمیرنوف کولموگروف، تی‌تک نمونه‌ای، تحلیل عالی تأییدی و فریدمن تجزیه و تحلیل شدند.

جدول ۱

ویژگی‌های جمعیت شناختی دانشجویان در حال تحصیل در رشته-دانشگاه‌های اقبال در گروه‌های آزمایشی ۵ گانه

رشته تحصیلی	دانشگاه	فراوانی	درصد
پزشکی	علوم پزشکی تهران	۴	۱.۱۳
	علوم پزشکی شهید بهشتی	۶	۱.۶۹
	علوم پزشکی اصفهان	۸	۲.۲۶
دندانپزشکی	علوم پزشکی تهران	۷	۱.۹۸
	علوم پزشکی شهید بهشتی	۵	۱.۴۱
داروسازی	علوم پزشکی اصفهان	۶	۱.۶۹
	علوم پزشکی تهران	۸	۲.۲۶
	علوم پزشکی ایران	۷	۱.۹۸
مهندسی کامپیوتر	علوم پزشکی شیراز	۹	۲.۵۴
	صنعتی شریف	۱۱	۳.۱۱
	صنعتی امیرکبیر	۸	۲.۲۶
	علم و صنعت	۷	۱.۹۸

^۱ Content validity ratio



۳.۳۹	۱۲	صنعتی شریف	مهندسی برق
۲.۵۴	۹	دانشگاه تهران	
۳.۶۷	۱۳	علم و صنعت	
۲.۲۶	۸	صنعتی شریف	مهندسی مکانیک
۱.۴۱	۵	دانشگاه تهران	
۱.۹۸	۷	شهید بهشتی	
۳.۱۱	۱۱	تهران	حقوق
۳.۳۹	۱۲	شهید بهشتی	
۳.۹۵	۱۴	علامه طباطبایی	
۴.۲۴	۱۵	تهران	روانشناسی
۲.۵۴	۹	الزهر	
۳.۱۱	۱۱	اصفهان	
۲.۲۶	۸	تهران	حسابداری
۱.۶۹	۶	علامه طباطبایی	
۲.۵۴	۹	فردوسی مشهد	
۳.۱۱	۱۱	تهران	زبان و ادبیات انگلیسی
۲.۲۶	۸	علامه طباطبایی	
۲.۵۴	۹	شهید بهشتی	
۱.۹۸	۷	تهران	زبان و ادبیات فرانسه
۲.۵۴	۹	علامه طباطبایی	
۳.۱۱	۱۱	شهید بهشتی	
۴.۲۴	۱۵	اصفهان	مترجمی زبان انگلیسی
۳.۳۹	۱۲	شیراز	
۳.۱۱	۱۱	فردوسی	
۱.۶۹	۶	دانشگاه هنر	ارتباط تصویری
۲.۲۶	۸	تهران	
۱.۴۱	۵	دانشگاه هنر	نقاشی
۰.۸۵	۳	تهران	
۱.۱۳	۴	دانشگاه هنر	طراحی صنعتی
۱.۶۹	۶	تهران	
۳۷.۲۹	۱۳۲	اول	سال تحصیلی
۲۱.۱۹	۷۵	دوم	
۱۹.۴۹	۶۹	سوم	
۱۳.۸۴	۴۹	چهارم	
۹.۸۹	۳۵	پنجم	
۳۰.۲۳	۱۰۷	۱۹-۱۸	بازه سنی
۲۷.۶۸	۹۸	۲۱-۲۰	
۲۰.۳۴	۷۲	۲۳-۲۲	
۱۲.۴۳	۴۴	۲۵-۲۴	
۳.۶۷	۱۳	۲۷-۲۶	
۳.۱۱	۱۱	۲۹-۲۸	
۲.۵۴	۹	۳۰ و بالاتر	
۳۰.۲۳	۱۰۷	مرد	جنسیت
۶۹.۷۷	۲۴۷	زن	
۸۰.۲۳	۲۸۴	مجرد	وضعیت تاهل
۱۹.۷۷	۷۰	متاهل	
۱۰۰	۳۵۴		مجموع



جدول ۲

ویژگی‌های جمعیت شناختی دانشجویان در حال تحصیل در رشته-دانشگاه‌های کم‌اقبال در گروه‌های آزمایشی ۵ گانه

درصد	فراوانی	دانشگاه	رشته تحصیلی
۲.۴۰	۷	دانشگاه خلیج فارس	مهندسی دریا
۵.۱۴	۱۵	دانشگاه شهرکرد	مهندسی ماشین‌های صنایع غذایی
۷.۸۸	۲۳	دانشگاه پیام نور	گردشگری
۳.۴۲	۱۰	دانشگاه غیرانتفاعی علم و فرهنگ	هتل داری
۸.۲۲	۲۴	دانشگاه پیام نور	
۶.۱۶	۱۸	دانشگاه شهرکرد	علوم و مهندسی خاک
۵.۱۴	۱۵	دانشگاه یاسوج	
۳.۷۷	۱۱	دانشگاه یاسوج	مهندسی گیاه پزشکی
۴.۴۵	۱۳	دانشگاه لرستان	
۵.۱۴	۱۵	پیام نور	تاریخ و تمدن ملل اسلامی
۵.۸۲	۱۷	پیام نور	ادیان و عرفان
۴.۷۹	۱۴	دانشگاه شهرکرد	
۵.۱۴	۱۵	دانشگاه زاهدان	
۴.۱۱	۱۲	دانشگاه پیام نور	فلسفه و کلام اسلامی
۲.۷۴	۸	دانشگاه غیرانتفاعی	
۱.۷۱	۵	دانشگاه غیرانتفاعی	علم اطلاعات و دانش‌شناسی
۴.۱۱	۱۲	دانشگاه پیام نور	
۱.۳۷	۴	دانشگاه خلیج فارس	
۴.۷۹	۱۴	دانشگاه ارومیه	زبان و ادبیات ترکی استانبولی
۴.۴۵	۱۳	دانشگاه زابل	باستان‌شناسی
۳.۰۸	۹	دانشگاه پیام نور	
۲.۴۰	۷	دانشگاه پیام نور	هنر اسلامی
۱.۷۱	۵	دانشگاه باهنر کرمان	مرمت بناهای تاریخی
۲.۰۵	۶	دانشگاه زاهدان	
۳۴.۹۳	۱۰۲	اول	سال تحصیلی
۲۷.۴۰	۸۰	دوم	
۲۲.۹۵	۶۷	سوم	
۱۴.۷۳	۴۳	چهارم	
۳۰.۴۸	۸۹	۲۲-۱۸	بازه سنی
۲۶.۳۷	۷۷	۲۷-۲۳	
۲۸.۷۷	۸۴	۳۲-۲۸	
۱۴.۳۸	۴۲	۳۳ و بالاتر	
۳۴.۹۳	۱۰۲	مرد	جنسیت
۶۵.۰۷	۱۹۰	زن	
۷۰.۲۱	۲۰۵	مجرد	وضعیت تاهل
۲۹.۷۹	۸۷	متاهل	
۱۰۰	۲۹۲		مجموع

یافته‌ها

آمار توصیفی مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه پژوهش مربوط به دانشجویان مشغول به تحصیل در رشته/گرایش‌های پراقبال و کم‌اقبال به ترتیب در جداول ۱ و ۲ ارائه شده است.

سؤال ۱- عوامل و اولویت عوامل مؤثر بر اقبال داوطلبان به دانشگاه‌ها و رشته‌های تحصیلی با بیشترین متقاضی در گروه‌های آزمایشی ۵ گانه در آزمون‌های سراسری سال (۱۴۰۱-۱۳۹۷) چیست؟
 برای بررسی این سؤال از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد. پیش از اجرای این آزمون لازم است تا نرمال بودن توزیع داده‌ها اثبات شود. از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها استفاده شد که نتایج در **جدول ۳** ارائه شده است.

جدول ۳

بررسی نرمال بودن عامل‌ها

عامل‌ها	Z کلموگروف-اسمیرنوف	سطح معناداری	نتیجه
برند دانشگاه	۰,۵۴	۰,۴۰	نرمال
امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی-رفاهی	۰,۶۲	۰,۷۶	نرمال
کیفیت تحصیلی	۰,۸۵	۰,۵۰	نرمال
موقعیت جغرافیایی دانشگاه	۰,۷۱	۰,۴۲	نرمال
ارتباط با بازار کار	۰,۶۳	۰,۵۲	نرمال
عوامل روانی-اجتماعی	۰,۷۶	۰,۶۲	نرمال

همان‌طور که در **جدول ۳** مشاهده می‌شود، آماره Z حاصل از آزمون نا پارامتریک کلموگروف-اسمیرنوف برای تمام عامل‌ها در مقایسه با مقادیر بحرانی برای سطح اطمینان ۹۵ درصد (۱/۹۶) معنادار نیست و مقادیر مشاهده‌شده از مقادیر بحرانی کمتر است؛ لذا، توزیع نمرات در تمام عامل‌های مورد بررسی طبیعی است.

همان‌طور که در **جدول ۴** مشاهده می‌شود، میانگین داده‌ها، انحراف معیار داده‌ها و همچنین سطح معناداری و مقدار تی ذکر شده است. از آنجا که سطح معناداری آزمون تی برای همه عوامل کمتر از ۰,۰۵ است، تفاوت میانگین با مقدار ثابت عدد ۳ معنادار است. با بررسی مقدار میانگین‌های به‌دست آمده از تحلیل داده‌های حاصل از پاسخ‌های دانشجویان می‌توان نتیجه گرفت که از دیدگاه دانشجویان پذیرفته شده در رشته/دانشگاه‌ها کم‌اقبال، عوامل مد نظر در انتخاب رشته/دانشگاه تأثیر بالاتر از حد متوسط داشته است.

همچنین برای رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه و رشته با بیشترین متقاضی در گروه‌های آزمایشی مختلف در آزمون‌های سراسری سال ۱۴۰۱-۱۳۹۷ از نظر دانشجویان از آزمون فریدمن استفاده شد. **جدول ۵** وضعیت رتبه‌بندی عوامل (عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه) را نشان می‌دهد. مقایسه میانگین رتبه‌ها نشان می‌دهد که بالاترین میانگین رتبه (۴,۷۱) به عامل ارتباط با بازار کار اختصاص دارد و بدین معناست که مهم‌ترین عامل در انتخاب دانشگاه و رشته از نظر دانشجویان مشغول به تحصیل در رشته/دانشگاه‌های پر متقاضی است. بعد از ویژگی مذکور، مهم‌ترین عوامل به ترتیب شامل عوامل برند دانشگاه (۴,۳۹)، موقعیت جغرافیایی دانشگاه (۴,۲۸)، کیفیت تحصیلی (۴,۱۳)، امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی-رفاهی (۳,۷۱) و عوامل روانی-اجتماعی (۳,۲۸) می‌شود. همچنین مطابق با **جدول ۴** با توجه به اینکه مقدار مجذور کای به‌دست آمده برابر با ۱۳۲,۴ است که در سطح خطای کمتر از ۰,۰۵ قرار دارد، پس فرضیه صفر رد می‌شود؛ یعنی رتبه‌بندی یا اولویت‌بندی عامل‌ها با هم متفاوت هستند.



جدول ۴

نتایج آزمون تی تک گروهی عوامل مؤثر بر انتخاب رشته و دانشگاه از نظر دانشجویان در حال تحصیل در رشته/دانشگاه‌های پرمقاضی

عوامل	میانگین	انحراف معیار	مقدار تی	درجه آزادی	سطح معناداری
برند دانشگاه	۴,۳۲	۰,۴۸	۱۴,۳۳	۳۵۳	۰,۰۰۱
امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی-رفاهی	۳,۹۲	۰,۶۲	۱۲,۸۹		۰,۰۰۱
کیفیت تحصیلی	۳,۹۸	۰,۳۸	۱۳,۵۲		۰,۰۰۱
موقعیت جغرافیایی دانشگاه	۴,۰۹	۰,۴۷	۱۳,۸۵		۰,۰۰۱
ارتباط با بازار کار	۴,۵۳	۰,۳۹	۱۴,۵۶		۰,۰۰۱
عوامل روانی-اجتماعی	۳,۸۸	۰,۵۴	۱۲,۱۳		۰,۰۰۱

جدول ۵

آزمون فریدمن برای رتبه بندی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه و رشته از نظر دانشجویان در حال تحصیل در رشته/دانشگاه‌های پرمقاضی

عوامل	میانگین رتبه	تعداد	درجه آزادی	مجذور کای	سطح معناداری
ارتباط با بازار کار	۴,۷۱	۳۵۴	۵	۱۳۲,۴	۰,۰۰۱
برند دانشگاه	۴,۳۹				۰,۰۰۱
موقعیت جغرافیایی دانشگاه	۴,۲۸				۰,۰۰۱
کیفیت تحصیلی	۴,۱۳				۰,۰۰۱
امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی-رفاهی	۳,۷۱				۰,۰۰۱
عوامل روانی-اجتماعی	۳,۲۸				۰,۰۰۱

سؤال ۲- عوامل و اولویت عوامل مؤثر بر اقبال داوطلبان به دانشگاه‌ها و رشته‌های تحصیلی با کمترین مقاضی در گروه‌های آزمایشی مختلف در آزمون‌های سراسری سال (۱۳۹۷-۱۴۰۱) کدام‌اند؟

برای بررسی این سؤال از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد. پیش از اجرای این آزمون لازم است تا نرمال بودن توزیع داده‌ها اثبات شود. از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها استفاده شد که نتایج در **جدول ۶** ارائه شده است.

جدول ۶

بررسی نرمال بودن عامل‌ها

عامل‌ها	Z کلموگروف-اسمیرنوف	سطح معناداری	نتیجه
برند دانشگاه	۰,۸۰	۰,۵۴	نرمال
امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی-رفاهی	۰,۵۸	۰,۸۸	نرمال
کیفیت تحصیلی	۰,۷۲	۰,۴۸	نرمال
موقعیت جغرافیایی دانشگاه	۰,۶۲	۰,۳۸	نرمال
ارتباط با بازار کار	۰,۵۱	۰,۷۲	نرمال
عوامل روانی-اجتماعی	۰,۴۱	۰,۵۵	نرمال

همان‌طور که در **جدول ۶** مشاهده می‌شود، آماره Z حاصل از آزمون ناپارامتریک کلموگروف-اسمیرنوف برای تمام عامل‌ها در مقایسه با مقادیر بحرانی برای سطح اطمینان ۹۵ درصد (۱/۹۶) معنادار نیست و مقادیر مشاهده‌شده از مقادیر بحرانی کمتر است؛ لذا، توزیع نمرات در تمام عامل‌های مورد بررسی طبیعی است.

همان‌طور که در **جدول ۷** مشاهده می‌شود، میانگین داده‌ها، انحراف معیار داده‌ها و همچنین سطح معناداری و مقدار تی ذکر شده است. از آنجا که سطح معناداری آزمون تی برای همه عوامل کمتر از ۰,۰۵ است، تفاوت میانگین با مقدار ثابت عدد ۳ معنادار است. با بررسی مقدار میانگین‌های به‌دست آمده از تحلیل داده‌های حاصل از پاسخ‌های دانشجویان می‌توان نتیجه گرفت که از دیدگاه دانشجویان پذیرفته‌شده در رشته/دانشگاه‌های کم‌اقبال، عوامل مد نظر در انتخاب رشته/دانشگاه تأثیر بالاتر از حد متوسط داشته است.

همچنین برای رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه و رشته با کمترین متقاضی در گروه‌های آزمایشی مختلف در آزمون‌های سراسری سال ۱۴۰۱-۱۳۹۷ از نظر دانشجویان از آزمون فریدمن استفاده شد. **جدول ۸** وضعیت رتبه‌بندی عوامل (عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه) را نشان می‌دهد. مقایسه میانگین رتبه‌ها نشان می‌دهد که بالاترین میانگین رتبه (۴,۸۵) به عامل ارتباط با بازار کار اختصاص دارد و بدین معناست که مهم‌ترین عامل در انتخاب دانشگاه و رشته از نظر دانشجویان مشغول به تحصیل در رشته/دانشگاه‌های کم‌متقاضی است. بعد از ویژگی یادشده، مهم‌ترین عوامل به ترتیب شامل موقعیت جغرافیایی دانشگاه (۴,۳۵)، امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی-رفاهی (۴,۱۲)، عوامل روانی-اجتماعی (۳,۹۷)، برند دانشگاه (۳,۸۵) و کیفیت تحصیلی (۳,۷۴) می‌شود. همچنین مطابق با **جدول ۸** با توجه به اینکه مقدار مجذور کای به‌دست آمده برابر با ۱۶۳,۷ است که در سطح خطای کمتر از ۰,۰۵ قرار دارد، پس فرضیه صفر رد می‌شود؛ یعنی رتبه‌بندی یا اولویت‌بندی عامل‌ها با هم متفاوت هستند.

جدول ۷

نتایج آزمون تی تک گروهی عوامل مؤثر بر انتخاب رشته و دانشگاه از نظر دانشجویان در حال تحصیل در رشته/دانشگاه‌های کم‌متقاضی

عوامل	میانگین	انحراف استاندارد	مقدار تی	درجه آزادی	سطح معناداری
برند دانشگاه	۳,۸۵	۰,۲۸	۹,۱۲	۲۹۱	۰,۰۰۱
امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی-رفاهی	۴,۱۲	۰,۳۵	۱۲,۳۲		۰,۰۰۱
کیفیت تحصیلی	۳,۷۴	۰,۲۹	۸,۷۱		۰,۰۰۱
موقعیت جغرافیایی دانشگاه	۴,۳۵	۰,۴۷	۱۴,۲۴		۰,۰۰۱
ارتباط با بازار کار	۴,۸۲	۰,۵۱	۱۵,۸۷		۰,۰۰۱
عوامل روانی-اجتماعی	۳,۹۷	۰,۵۷	۱۱,۲۴		۰,۰۰۱

جدول ۸

آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر انتخاب دانشگاه و رشته از نظر دانشجویان در حال تحصیل در رشته/دانشگاه‌های پرمتقاضی

عوامل	میانگین رتبه	تعداد	درجه آزادی	مجذور کای	سطح معناداری
ارتباط با بازار کار	۴,۸۵	۳۵۴	۵	۱۶۳,۷	۰,۰۰۱
موقعیت جغرافیایی دانشگاه	۴,۴۵				۰,۰۰۱
امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی-رفاهی	۴,۲۸				۰,۰۰۱
عوامل روانی-اجتماعی	۴,۱۲				۰,۰۰۱
برند دانشگاه	۳,۸۵				۰,۰۰۱
کیفیت تحصیلی	۳,۴۹				۰,۰۰۱



سؤال ۳- آیا بین عوامل مؤثر بر انتخاب رشته/دانشگاه در گروه‌های آزمایشی ۵ گانه در آزمون‌های سراسری سال (۱۴۰۱-۱۳۹۷) در بین دانشجویان در حال تحصیل در رشته/دانشگاه‌های پراقبال و کم اقبال تفاوت معناداری وجود دارد؟

برای بررسی این سؤال از آزمون من - ویتنی استفاده شد. نتایج تحلیل نشان داد که بین عوامل شش گانه مؤثر بر انتخاب رشته/دانشگاه در میان دانشجویان در حال تحصیل در رشته/دانشگاه‌های پراقبال و کم اقبال تفاوت معناداری ($p = 0.05$) وجود دارد. مقایسه مقدار میانگین رتبه‌ها در دو گروه بیانگر آن است که عوامل موقعیت جغرافیایی دانشگاه، برند دانشگاه و کیفیت تحصیلی دانشگاه در انتخاب رشته/دانشگاه از دید دانشجویان در حال تحصیل در رشته/گرایش‌های پراقبال بیشتر از دانشجویان در حال تحصیل در رشته دانشگاه‌های کم اقبال مؤثر بوده است، ولی عوامل ارتباط با بازار کار و امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی - رفاهی از دید دانشجویان در حال تحصیل در رشته/گرایش‌های کم اقبال بیشتر از دانشجویان در حال تحصیل در رشته دانشگاه‌های پراقبال مؤثر بوده است.

جدول ۹

آزمون من ویتنی برای مقایسه دو گروه مستقل بر اساس عوامل شش گانه مؤثر بر انتخاب رشته/دانشگاه

عوامل	تعداد پراقبال	تعداد کم اقبال	میانگین رتبه‌های پراقبال	میانگین رتبه‌های کم اقبال	یو من ویتنی	سطح معناداری
ارتباط با بازار کار	۳۵۴	۲۹۲	۱۵۶,۲۳	۲۳۱,۲۵	۱۲۳۴,۵۲	۰,۰۰۱
موقعیت جغرافیایی دانشگاه	۳۵۴	۲۹۲	۱۸۵,۳۶	۱۷۵,۳۲	۲۳۰۵,۳۶	۰,۰۰۱
امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی - رفاهی	۳۵۴	۲۹۲	۱۶۵,۴۱	۲۰۲,۴۱	۱۹۵۴,۳۵	۰,۰۰۱
عوامل روانی-اجتماعی	۳۵۴	۲۹۲	۱۸۲,۳۴	۱۹۸,۳۶	۱۴۷۸,۳۶	۰,۰۰۱
برند دانشگاه	۳۵۴	۲۹۲	۱۵۶,۳۷	۱۳۶,۲۰	۳۶۵۹,۱۴	۰,۰۰۱
کیفیت تحصیلی	۳۵۴	۲۹۲	۱۸۷,۳۶	۱۴۴,۵۲	۲۶۹۸,۳۷	۰,۰۰۱

بحث و نتیجه‌گیری

انتخاب رشته تحصیلی یکی از مهم‌ترین تصمیم‌گیری‌های افراد برای ورود به دانشگاه است. برخی از نظریه‌پردازان معتقدند که افراد در جهت‌گیری‌های خود در خصوص انتخاب رشته تحصیلی در دانشگاه از عوامل متعددی تأثیر می‌پذیرند. پژوهش حاضر به دلیل اهمیت موضوع با هدف شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر اقبال داوطلبان به دانشگاه‌ها و رشته‌های تحصیلی با بیشترین و کمترین متقاضی در گروه‌های آزمایشی ۵ گانه در آزمون‌های سراسری سال (۱۴۰۱-۱۳۹۷) انجام شد.

عوامل و اولویت عوامل مؤثر بر اقبال داوطلبان به دانشگاه‌ها و رشته‌های تحصیلی با بیشترین متقاضی در گروه‌های آزمایشی مختلف در آزمون‌های سراسری سال ۱۴۰۱-۱۳۹۷ کدام‌اند؟

برای شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر اقبال داوطلبان به دانشگاه‌ها و رشته‌های تحصیلی با بیشترین متقاضی در گروه‌های آزمایشی مختلف در آزمون‌های سراسری سال ۱۴۰۱-۱۳۹۷ از روش تحلیل محتوا و نیز پیمایش استفاده شد. در راستای این سؤال، نتایج بررسی پیشینه و ادبیات پژوهش، عوامل مؤثر بر انتخاب رشته و دانشگاه را در ۶ عامل مشخص کرد که عبارت‌اند از: عامل ارتباط با بازار کار، امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی - رفاهی، کیفیت تحصیلی، عوامل روانی-اجتماعی، برند دانشگاه و موقعیت جغرافیایی دانشگاه. همچنین ساختار عاملی ابزار پژوهش با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، مشتمل بر شش عامل و ۲۲ گویه بررسی و تأیید شد که نشان‌دهنده برازش مناسب مدل اندازه‌گیری با داده‌های مشاهده شده است. نتایج آزمون فریدمن نیز در رتبه‌بندی شش عامل شناسایی و تأیید شده نشان داد که به ترتیب

عوامل ۱- ارتباط با بازار کار، ۲- برند دانشگاه، ۳- موقعیت جغرافیایی دانشگاه، ۴- کیفیت تحصیلی، ۵- امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی، ۶- عوامل روانی- اجتماعی بیشترین تا کمترین رتبه را در عوامل مؤثر بر انتخاب رشته و دانشگاه از نظر دانشجویان داشته است. همان‌گونه که نتایج پژوهش نشان می‌دهد، عامل ارتباط با بازار کار مهم‌ترین و اساسی‌ترین عوامل مؤثر بر انتخاب رشته و دانشگاه دانشجویان است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های جمال‌الدینی و همکاران (Jamaloddini et al., 2020)، کی مینگ (Kee Ming, 2010) و تایلور (Taylor, 2006) از نظر یکی از عوامل مؤثر در انتخاب رشته و دانشگاه مطابقت دارد. برای مثال، از نظر جمال‌الدینی و همکاران (Jamaloddini et al., 2020) ارتباط با بازار کار و امکان اشتغال در آینده به عنوان اولین عامل در رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر رشته و انتخاب دانشگاه تعیین شده است.

دومین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط به شهرت و برند دانشگاه با شاخص‌های شهرت اخلاقی دانشگاه، عنوان دانشگاه، شهرت علمی استادان و شهرت و اعتبار ملی دانشگاه است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های جمال‌الدینی و همکاران (Jamaloddini et al., 2020)، کی مینگ (Kee Ming, 2010)، پرایس و همکاران (Price et al., 2003)، اردوغوس و اورگون (Erdogmus & Ergun, 2016) و جادسن و همکاران (Judson et al., 2009) از نظر یکی از عوامل مؤثر در انتخاب رشته و دانشگاه مطابقت دارد. از نظر رتبه‌بندی عوامل نیز نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های جمال‌الدینی و همکاران (Jamaloddini et al., 2020) مطابقت ندارد. در پژوهش‌های نامبرده عامل شهرت دانشگاه در رتبه چهارم اولویت از دید پاسخگویان قرار گرفت، ولی در این پژوهش عامل شهرت دانشگاه در رتبه دوم اولویت از دید پاسخگویان قرار گرفت.

سومین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط به موقعیت جغرافیایی دانشگاه با شاخص‌های امکانات رفاه شهری در محیط اطراف دانشگاه، امنیت شهری که دانشگاه در آن قرار دارد و نزدیکی دانشگاه به محل زندگی است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های جمال‌الدینی و همکاران (Jamaloddini et al., 2020)، جادسن و همکاران (Judson et al., 2009) و پرایس و همکاران (Price et al., 2003) از نظر عامل انتخاب دانشگاه و رشته و اولویت انتخاب مطابقت ندارد. در پژوهش جمال‌الدینی و همکاران (Jamaloddini et al., 2020) این عامل در رتبه اول اولویت از دید پاسخگویان قرار دارد.

چهارمین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط به کیفیت با شاخص‌های تنوع رشته‌ها و گرایش‌های مختلف، کیفیت آموزشی ارائه شده، کیفیت ارتباط کارکنان با ارباب رجوع و امکان ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های جمال‌الدینی و همکاران (Jamaloddini et al., 2020)، تایلور (Taylor, 2006) و پرایس و همکاران (Price et al., 2003) از نظر یکی از عوامل مؤثر در انتخاب دانشگاه و رشته دانشجویان مطابقت دارد. لیکن نتایج پژوهش حاضر از نظر اولویت‌بندی عوامل با پژوهش جمال‌الدینی و همکاران (Jamaloddini et al., 2020) مطابقت ندارد. پژوهش‌های محققان نامبرده عامل کیفیت آموزشی و کیفیت پاسخگویی به دانشجویان را در رتبه دوم اولویت از دید پاسخگویان برآورد کرده‌اند، در صورتی که در این پژوهش کیفیت تحصیلی در رتبه چهارم اولویت از دید پاسخگویان قرار دارد.

پنجمین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط به امکانات با شاخص‌های امکانات کتابخانه و آزمایشگاهی دانشگاه و امکانات رفاهی است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های پرایس و همکاران (Price et al., 2003) مطابقت دارد.

در نهایت ششمین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط به عامل روانی- اجتماعی با شاخص‌های علاقه شخصی و توصیه دیگران است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های جمال‌الدینی و همکاران (Jamaloddini et al., 2020) از نظر عامل انتخاب دانشگاه مطابقت دارد، اما از نظر رتبه‌بندی عامل، نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های جمال‌الدینی و همکاران (Jamaloddini et al., 2020) مطابقت

ندارد. از نظر این پژوهشگران عامل فردی-اجتماعی در رتبه سوم اولویت از دید پاسخگویان قرار دارد و در این پژوهش عامل روانی-اجتماعی در رتبه ششم اولویت از دید پاسخگویان قرار دارد.

عوامل و اولویت عوامل مؤثر بر اقبال داوطلبان به دانشگاه‌ها و رشته‌های تحصیلی با کمترین متقاضی در گروه‌های آزمایشی مختلف در آزمون‌های سراسری سال (۱۳۹۷-۱۴۰۱) کدام‌اند؟

برای شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر اقبال داوطلبان به دانشگاه‌ها و رشته‌های تحصیلی با کمترین متقاضی در گروه‌های آزمایشی مختلف در آزمون‌های سراسری سال ۱۳۹۷-۱۴۰۱ از روش تحلیل محتوا و نیز پیمایش استفاده شد. در راستای این سؤال، نتایج بررسی پیشینه و ادبیات پژوهش، عوامل مؤثر بر انتخاب رشته و دانشگاه را در ۶ عامل مشخص کرد که عبارت‌اند از: عامل ارتباط با بازار کار، امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی-رفاهی، کیفیت تحصیلی، عوامل روانی-اجتماعی، برند دانشگاه و موقعیت جغرافیایی دانشگاه. همچنین ساختار عاملی ابزار پژوهش با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، مشتمل بر شش عامل و ۲۲ گویه بررسی و تأیید شد که نشان‌دهنده برازش مناسب مدل اندازه‌گیری با داده‌های مشاهده شده است. نتایج آزمون فریدمن نیز در رتبه‌بندی شش عامل شناسایی و تأیید شده نشان داد که به ترتیب عوامل ۱-ارتباط با بازار کار، ۲-موقعیت جغرافیایی دانشگاه، ۳-امکانات و زیرساخت‌های دانشجویی-رفاهی، ۴-عوامل روانی-اجتماعی، ۵-برند دانشگاه و ۶-کیفیت تحصیلی بیشترین تا کمترین رتبه را در عوامل مؤثر بر انتخاب رشته و دانشگاه از نظر دانشجویان داشته است. همان‌گونه که نتایج پژوهش نشان می‌دهد، عامل ارتباط با بازار کار مهم‌ترین و اساسی‌ترین عوامل مؤثر بر انتخاب رشته و دانشگاه دانشجویان است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های جمال‌الدینی و همکاران (Jamaloddini et al., 2020)، کی مینگ (Kee, 2010) و تایلور (Taylor, 2006) از نظر یکی از عوامل مؤثر در انتخاب رشته و دانشگاه مطابقت دارد. برای مثال، از نظر جمال‌الدینی و همکاران (Jamaloddini et al., 2020) ارتباط با بازار کار و امکان اشتغال در آینده به‌عنوان اولین عامل در رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر رشته و انتخاب دانشگاه تعیین شده است.

دومین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط موقعیت جغرافیایی دانشگاه با شاخص‌های امکانات رفاه شهری در محیط اطراف دانشگاه، امنیت شهری که دانشگاه در آن قرار دارد و نزدیکی دانشگاه به محل زندگی است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های جمال‌الدینی و همکاران (Jamaloddini et al., 2020) و جادسن و همکاران (Judson et al., 2009) از نظر عامل انتخاب دانشگاه و رشته اولویت انتخاب مطابقت ندارد. در پژوهش‌های جمال‌الدینی و همکاران (Jamaloddini et al., 2020) این عامل در رتبه اول اولویت از دید پاسخگویان قرار دارد.

سومین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط به امکانات با شاخص‌های امکانات کتابخانه و آزمایشگاهی دانشگاه و امکانات رفاهی است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های پرایس و همکاران (Price et al., 2003) مطابقت دارد.

چهارمین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط به عامل روانی-اجتماعی با شاخص‌های علاقه شخصی و توصیه دیگران است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های ابراهیمی و جهانی (Ebrahimi & Jahani, 2023) و جمال‌الدینی و همکاران (Jamaloddini et al., 2020) از نظر عامل انتخاب دانشگاه مطابقت دارد، اما از نظر رتبه‌بندی عامل، نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های جمال‌الدینی و همکاران (Jamaloddini et al., 2020) مطابقت ندارد. از نظر این پژوهشگران عامل فردی-اجتماعی در رتبه سوم اولویت از دید پاسخگویان قرار دارد و در این پژوهش عامل روانی-اجتماعی در رتبه چهارم اولویت از دید پاسخگویان قرار دارد.

پنجمین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط به شهرت و برند دانشگاه با شاخص‌های شهرت اخلاقی دانشگاه، عنوان دانشگاه، شهرت علمی استادان و شهرت و اعتبار ملی دانشگاه است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های جمال‌الدینی و همکاران (Jamaloddini

(Erdogmus & Ergun, 2016) کی مینگ (Kee Ming, 2010)، پرایس و همکاران (Price et al., 2003)، اردوغوس و اورگون (Erdogmus & Ergun, 2016) و جادسن و همکاران (Judson et al., 2009) از نظر یکی از عوامل مؤثر در انتخاب رشته و دانشگاه مطابقت دارد. از نظر رتبه‌بندی عوامل نیز نتایج پژوهش حاضر با پژوهش جمال الدینی و همکاران (Jamalodini et al., 2020) مطابقت ندارد. در پژوهش‌های نامبرده عامل شهرت دانشگاه در رتبه چهارم اولویت از دید پاسخگویان قرار گرفت، ولی در این پژوهش عامل شهرت دانشگاه در رتبه پنجم اولویت از دید پاسخگویان قرار گرفت.

در نهایت ششمین رتبه و اولویت از نظر دانشجویان مربوط به کیفیت تحصیلی با شاخص‌های تنوع رشته‌ها و گرایش‌های مختلف، کیفیت آموزشی ارائه شده، کیفیت ارتباط کارکنان با ارباب رجوع و امکان ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر است. در این خصوص نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های جمال الدینی و همکاران (Jamalodini et al., 2020)، تایلور (Taylor, 2006) و پرایس و همکاران (Price et al., 2003) از نظر یکی از عوامل مؤثر در انتخاب دانشگاه و رشته دانشجویان مطابقت دارد، لیکن نتایج پژوهش حاضر از نظر اولویت‌بندی عوامل با پژوهش جمال الدینی و همکاران (Jamalodini et al., 2020) مطابقت ندارد. پژوهش‌های محققان نامبرده عامل کیفیت آموزشی و کیفیت پاسخگویی به دانشجویان را در رتبه دوم اولویت از دید پاسخگویان برآورد کرده‌اند، در صورتی که در این پژوهش کیفیت تحصیلی در رتبه ششم اولویت از دید پاسخگویان قرار دارد.

پیشنهادات

با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱. مسئولان به مسئله انتخاب رشته تحصیلی دانشجویان قبل از ورود به دانشگاه در ابتدای متوسطه اول در مدرسه توجه جدی داشته باشند نه پس از آن؛
۲. عوامل مؤثر بر انتخاب رشته تحصیلی شناسایی و برخی از عواملی که بر انتخاب رشته دانشجویان تأثیر منفی دارند، کنترل شوند. بر این اساس راهکارهایی مثل: ایجاد سامانه‌های آنلاین در قالب طراحی وبسایت یا اپلیکیشن‌هایی که اطلاعات جامع درباره رشته‌های مختلف شامل محتوای درسی، فرصت‌های شغلی و نظرهای فارغ‌التحصیلان را فراهم کند، انجام دادن پژوهش‌های میدانی و نظرسنجی‌ها برای شناسایی عوامل مؤثر بر انتخاب رشته، مانند فشار خانواده، رسانه‌ها و انتظارات اجتماعی که این داده‌های حاصل می‌توانند به سیاستگذاران کمک کنند تا برنامه‌های آموزشی و مشاوره‌ای بهتری طراحی کنند، برگزاری دوره‌های آموزشی برای والدین و مشاوران تحصیلی تا بتوانند به‌درستی به دانش‌آموزان کمک و از فشارهای نادرست جلوگیری کنند (Yazdankhoo et al., 2023)، ایجاد جلسات مشاوره گروهی در مدارس و دبیرستان‌ها برای کمک به دانش‌آموزان در انتخاب رشته، با توجه به توانمندی‌ها و علایق آن‌ها، پیشنهاد می‌شود؛
۳. با توجه به نتایج پژوهش، لازم است با بازنگری در برنامه‌های گزینشی و آموزشی کشور، انگیزه لازم در دانشجویان ایجاد شود، چرا که پذیرش دانشجو بدون برنامه‌ریزی علمی و بدون توجه به استعدادها و ظرفیت شغلی در جامعه و تأمین رضایت دانشجو، به احساس سرخوردگی و بی‌انگیزگی در دانش‌آموختگان جوان منجر خواهد شد. بر این اساس، توسعه برنامه‌های آموزشی مبتنی بر نیاز بازار کار از طریق همکاری با صنایع و سازمان‌ها برای شناسایی نیازهای واقعی بازار کار و طراحی برنامه‌های آموزشی متناسب با آن، ایجاد مسیرهای شغلی مشخص از طریق طراحی و معرفی مسیرهای شغلی مشخص برای هر رشته تحصیلی، به‌طوری که دانشجویان بتوانند از ابتدای تحصیل درخصوص آینده شغلی خود آگاه شوند؛
۴. طراحی مکانیزم‌های انگیزشی از طریق ایجاد جوایز، بورس‌های تحصیلی و برنامه‌های تشویقی برای دانشجویانی که رشته‌های علوم پایه را انتخاب می‌کنند، به‌گونه‌ای که این مکانیزم‌ها بتوانند شامل تخفیف در شهریه، بورسیه‌های تحصیلی یا فرصت‌های کارآموزی باشند؛



۵. توسعه کمپین‌های تبلیغاتی برای ترویج اهمیت رشته‌های علوم پایه در رشد و توسعه کشور، با استفاده از رسانه‌های اجتماعی، تلویزیون و دیگر کانال‌ها می‌توان به بهبود فرایند انتخاب رشته تحصیلی دانشجویان کمک و از بروز مشکلات بعدی جلوگیری و اقبال به سمت رشته‌های تحصیلی کم‌متقاضی، ولی مورد نیاز کشور را تا حد زیادی تضمین کرد.

محدودیت‌های پژوهش

این پژوهش با وجود دستاوردهای خود، با برخی محدودیت‌هایی مواجه بود که ممکن است بر دقت و اعتبار نتایج تأثیر بگذارند. نخست آنکه این پژوهش به صورت مقطعی انجام شده است. از این رو، نتیجه‌گیری درباره علیت را دشوار می‌سازد. دوم آنکه در این پژوهش برای گردآوری داده‌های مرتبط با تعیین عوامل مؤثر بر انتخاب رشته‌های پراقبال و کم اقبال از پرسشنامه استفاده شد، در نتیجه ممکن است برخی از افراد از ارائه پاسخ واقعی خودداری کرده و پاسخ غیر واقعی داده باشند. درنهایت، استفاده از نمونه در دسترس می‌تواند قابلیت تعمیم‌دهی نتایج را محدود سازد.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

تقدیر و تشکر

در اینجا از تمام کسانی که نویسندگان را در انجام این تحقیق یاری کردند، قدردانی می‌شود.

References

- Ebrahimi, S., & Jahani, Z. (2023). A Psychological Analysis of Persian Language and Literature Students' Attitude and Motivation towards their Major and Career Prospects. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 29(2), 115-132. <https://doi.org/10.61838/irphe.29.2.6>
- Enayati Novinfar, A., Durrani, K., & Karamdoost, N. A. (2023). Comparative Evaluation of Effective Factors in Students Major Selection at Educational Sciences and Engineering Colleges in University of Tehran. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 18(4), 145-167. <https://www.sid.ir/paper/68006/en>
- Erdogmus, I., & Ergun, S. (2016). Understanding university brand loyalty: the mediating role of attitudes towards the department and university. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 229, 141-150. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.123>
- Hossler, D., Braxton, J., & Coopersmith, G. (1989). Understanding student college choice. In (Vol. 5, pp. 231-288).
- Jamaloddini, H., Narenji Sani, F., & Mostafavi, Z. (2020). Identification and ranking of factors influencing the choice of Azad University from the perspective of students: Islamic Azad University Medical Sciences, Tehran. *Teb va Tazkieh*, 29(2), 157-170.
- Judson, K. M., Aurand, T. W., Gorchels, L., & Gordo, G. L. (2009). Building a university brand from within: University administrators' perspectives of internal branding. *Services Marketing Quarterly*, 30(1), 68-54. <https://doi.org/10.1080/15332960802467722>
- Kee Ming, J. (2010). Institutional Factors Influencing Students' College Choice Decision in Malaysia: A Conceptual Framework. *International Journal of Business and Social Science*, 1(3). <https://www.academia.edu/download/28275552/6.pdf>
- Mazlounian, S., & Eghtesadi, M. (2017). Comparative study of factors influencing students' field of study selection in different countries.
- Mennati, V., & Mohammadi, H. (2022). Factors affecting first-year Students' Choice of Accounting Major. *Financial Accounting Knowledge*, 9(4), 151-186. <https://doi.org/10.30479/jfak.2023.17068.2994>
- Mohammadi, N., Fallahi-khoshknab, M., Rahgoy, A., & Hosseini, M. (2019). Investigation of factors affecting Academic tendency in Master students of Nursing in Students of Tehran University of Medical Sciences. *JNE*, 8(4), 1-8. <https://doi.org/10.61838/jne.1.981>
- Mullen, A. L. (2014). Gender, social background, and the choice of college major in a liberal arts context. *Gender & Society*, 28(2), 289-312. <https://doi.org/10.1177/0891243213512721>
- Obermeit, K. (2012). Students' choice of universities in Germany: structure, factors and information sources used. *Journal of Marketing for Higher Education*, 22(2), 206-230. <https://doi.org/10.1080/08841241.2012.737870>
- Perna, L. W. (2006). Understanding the relationship between information about college prices and financial aid and students' college-related behaviors. *American Behavioral Scientist*, 49(12), 1620-1635. <https://doi.org/10.1177/0002764206289144>
- Price, I. F., Matadors, L., & Smith, H. A. (2003). The Impact of facilities on Student Choice of University. *Facilities*, 21(10). <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/02632770310493580/full/html>
- Quadlin, N. (2020). From major preferences to major choices: Gender and logics of major choice. *Sociology of Education*, 93(2), 91-109. <https://doi.org/10.1177/0038040719887971>



- Rezapour Mirsaleh, Y., Shafaei, M., & Barati, S. (2017). Investigating of students' awareness, availability and using of Informational Resource in discipline selection. *Quarterly Journal of Counseling Research*, 15(60), 60-83. https://journal.iran-counseling.ir/browse.php?a_id=488&sid=1&slc_lang=en
- Salmani, M. R., & Saemi, H. (2018). Investigating effective factors on academic guidance and field selection of ninth-grade students in Sari city.
- Sharifi, N., Azari, N., & Jabbari, M. (2020). Providing an effective educational guidance model for students based on ICT. *Quarterly Journal of Information and Communication Technology in Educational Sciences*, 10(3), 45-64.
- Shtudiner, Z. E., Zwilling, M., & Kantor, J. (2017). Field of study choice: Using conjoint analysis and clustering. *International Journal of Educational Management*, 31(2), 179-188. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2732594>
- Taj Roshan, N., & Zuroofi, M. (2015). The relationship between social and cultural factors with the selection of field of study criteria among Islamic Azad University students. *Sociological Studies*, 8(27), 81-97. <https://www.sid.ir/paper/222702/en>
- Tajari, T., & Javan Neshan, M. (2020). Identifying the Components and Indicators of the New Educational Guidance Model: An Application to Social Welfare Student and Family. *Refahj*, 20(76), 207-235.
- Taylor, J. (2006). Institutional diversity in UK Higher Education: policy and outcomes since the end of the binary divide. *Higher Education Quarterly*, 57(3), 293-266. <https://doi.org/10.1111/j.0951-5224.2003.00247.x>
- Yazdankhoo, S., Dehghani, M., & Salehi, K. (2023). A Mixed-Method in Identifying the Harms of Educational-Vocational Guidance Process for Students and Graduates of the University of Tehran. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 29(2), 87-114. <https://doi.org/10.61838/irphe.29.2.5>
- Zhang, Y. J., Yuan, K., Chang, S. H., Yan, W., Que, J. Y., Deng, J. H., Gong, Y. M., Luo, J. M., Yang, S. C., & An, C. X. (2021). Career choice and influential factors among medical students majoring in psychiatry in China. *BMC Medical Education*, 21(1), 1-12. <https://doi.org/10.1186/s12909-021-02622-x>
- Zolfi Gol, M. (2024). Teacher's Day Ceremony honoring prominent philosopher and Western scholar Karim Mojtahedi titled "A Lifetime Teacher". *Institute for Humanities and Cultural Studies*.

